Einzelpreis: Inland 9,50 € Ausland 12,– €

3-4|2013

www.druckspiegel.de

Der Druckspiegel

Das Entscheidermagazin für Druck + Medien



SONDERDRUCK

Ob konventionell, digital oder hybrid

Drucken lohnt sich



Manfred Flügge ist Moderator »Strategie-Arbeitskreis der Druckindustrie«

BLICKPUNKT

Mensch gegen Maschine

... titelte »Der Spiegel« und berichtete über den »Kampf« zwischen dem Otto-Konzern und Amazon & Co.
Ein bedeutender Aspekt für Otto ist z. B. die Pflege des Sortiments, die Qualität der Beratung, der Katalog, die menschliche Seite. Diese Merkmale fehlen bei Amazon – und die Kunden akzeptieren es. Die Thalia-Buch-Kette leidet aus ähnlichen Gründen unter Amazon. Bei Media-Markt und Saturn lassen sich die Kunden beraten und bestellen dann im Internet. Die Schuhhandelskette Görtz hat in dem neuen Internethändler Zalando einen ernsthaften Wettbewerber. Dazu kommt der Angriff auf die Verlage, wenn sich immer mehr Autoren ihre Werke mit Print-on-Demand selber herstellen. Von den vielen kleinen und mittelgroßen Unternehmen, denen ein ähnliches Schicksal droht oder bereits ereilte, wissen nur wenige Bescheid.
Diese Entwicklung mag gefallen oder nicht, die Unternehmen müssen sich ihr stellen. Und je früher die Führung damit beginnt, desto größer ist die Chance, das Heft des Handelns selbst in der Hand zu behalten.
Wenn Sie die Systeme von Amazon, Zalando, Print on Demand und anderes hinterfragen, stellen Sie prinzipiell eine Art von Spezialisierung fest. Was liegt also für eine Druckerei näher, als sich Gedanken über eine Spezialisierung zu machen? Experten liefern Besonderes, bewegen sich in Nischen, werden besser honoriert – und zeigen damit Stärke. Der Weg zum Experten ist mitunter steinig und mühsam – aber er zahlt sich aus. In zunehmenden Maße schließen sich derart erfolgreiche Unternehmensinhaber oder Geschäftsführer in Braintrusts zusammen. In kleinen Gruppen tauschen sie ihr Wissen und ihre Erfahrung aus. Der Clou dabei ist, dass keine Wettbewerber teilnehmen können. Nur dann werden vertrauliche Gespräche über die wirklich wichtigen Dinge möglich. Einen Braintrust finden Sie z. B. im Strategie-Arbeitskreis der Druckindustrie.

Ihr Manfred Flügge (www.strategiearbeitskreis-druckindustrie.de www.fluegge-management.de)

Digitaldruck

Papier einlegen, Kaffee trinken ...

Von der Druckqualität ihrer Systeme müssen die Anbieter ihre Kunden kaum noch überzeugen – sie haben sich auf breiter Front dem Standard im Offset angenähert. Darum hat Konica Minolta während der Open-House am deutschen Hauptsitz in Langenhagen den Fokus auf die praktische Unterstützung der Druckereien gelegt.

Anwendern und deren Kunden einen Mehrwert zu bieten, lautet die Devise des Herstellers – und dabei hat Konica Minolta vor allem die Druckdatenaufbereitung und die Automatisierung von Prozessen im Blick. Im »Brennpunkt Digitaldruck« wurden z. B. auf den Produktionsdrucksystemen Bizhub Press C7000 und C8000 als »Flaggschiffen« der Ausstellung nicht einfach nur Druckjobs vorgeführt, sondern jeweils eine clevere Lösung dazu präsentiert. So war in Verbindung mit der C7000 erstmals eine automatisierte PDF-Verarbeitung zu sehen, die auf Basis der »Callas PDF Toolbox« entwickelt wurde.

»Der Digitaldruck lebt von der Qualität in der Druckvorstufe«, so Support-Spezialist Konstantin Kaminski, »und hier haben die Druckereien häufig viel Arbeit mit den PDF-Dateien, die von den Kunden angeliefert werden.« Sie müssen nicht nur geprüft, gegebenenfalls korrigiert und ausgeschossen werden: Nicht selten sind die Dateien auch falsch aufbereitet, es fehlen Schriften oder Anschnitte. Da viele der Druckjobs – etwa Flyer, Visitenkarten und kleine Broschüren – sich ähneln und immer wiederkehren, sahen die Konica-Minolta-Spezialisten hier das größte Rationalisierungspotenzial.

Automatische Optimierung

»Wir haben aus den Werkzeugen, welche die ›Callas PDF Toolbox‹ bereitstellt, einen mehrstufigen, regelbasierten Workflow entwickelt, der den Druckereien die meisten Routineaufgaben abnimmt«, erklärt Kaminski. Die PDF-Dateien werden im Preflightcheck zunächst anhand festgelegter Kriterien geprüft. Dazu gehören Texte und Schriften, Farben und Farbprofile, Maße und vieles mehr. Anhand dieser Prüfung werden die PDFs in verschiedene Optimierungsordner verschoben, welche die gefundenen Probleme automatisch beheben. Dabei kann zwischen einer herkömmlichen Optimierung (Transparenzreduzierung, Farbkonvertierung und Wandlung nach PDF 1.3) und einer medienneutralen Optimierung ohne Transparenzreduzierung und Farbumwandlung gewählt werden.

Im nächsten Schritt analysiert der Workflow das zu druckende Sujet auf Seitenzahl und -format. Booklets, Visitenkarten oder Flyer werden dann im Mehrfachnutzen auf SRA3-Bogen automatisch ausgeschossen. Werden Druckdateien ohne Anschnitt angeliefert, kann dieser in einem zusätzlichen Workflow ebenfalls generiert werden. Dabei wird die Beschnittzugabe durch Spiegelung des Layouts nach außen erzeugt. Hat die Druckdatei alle Prüf- und Optimierungsinstanzen durchlaufen, wird sie an einen Efi-Fiery-Hotfolder übergeben und gedruckt.

»Papier einlegen, Workflow starten, Kaffee trinken, so einfach ist das«, schmunzelt Konstantin Kaminski. Und das dies wirklich funktioniert, konnte jeder Besucher selber ausprobieren. Unter dem Motto »Bring your own Druckdaten« waren sie im Vorfeld der Open-House aufgefordert worden, eigene Datenträger mit typischen Jobs aus ihren Betrieben mitzubringen.

Softproof unter Normlicht

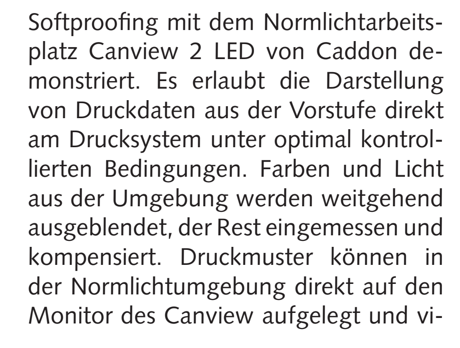
An der zweiten großen Produktionsdruckmaschine der Ausstellung, der Bizhub Press C8000, wurde das digitale



Konstantin Kaminski:
»Drucker von Routineaufgaben entlasten.«



Wie für die Bizhub Press C8000 gemacht: Normlicht-Arbeitsplatz von Caddon.



Softproofing mit dem Normlichtarbeitsplatz Canview 2 LED von Caddon demonstriert. Es erlaubt die Darstellung von Druckdaten aus der Vorstufe direkt am Drucksystem unter optimal kontrollierten Bedingungen. Farben und Licht aus der Umgebung werden weitgehend ausgeblendet, der Rest eingemessen und kompensiert. Druckmuster können in der Normlichtumgebung direkt auf den Monitor des Canview aufgelegt und visuell mit der Bildschirmdarstellung verglichen werden.

Interessant vor allem für die Kunden einer Druckerei ist die Möglichkeit, unterschiedliche Lichtverhältnisse zu simulieren. So lässt sich beurteilen, wie ein Druckprodukt später z. B. in einem Kaufhaus oder in einem Büro aussehen wird. Mit einem einfachen Handgriff lässt sich der Canview übrigens als normaler Computerarbeitsplatz nutzen.

Die KM-1, der Japaner neue Inkjet-Rollendruckmaschine, deren Prototyp als Highlight des Messeauftrittes während der letzten Drupa zu sehen war, fehlte allerdings – wohl nicht zuletzt auch aus Platzgründen. Die Maschine befinde sich im Heimatland, einen Zeitplan zur Markteinführung gebe es nicht, war zu hören. Jedoch sei das Interesse unter den Kunden bereits groß.

Andreas Tietz



Konica Minolta
Business Solutions Deutschland GmbH
Direct Sales Region Nord-Ost
Office Berlin
Gradestraße 42
12347 Berlin
Tel.: (030) 6 09 95 - 0
Fax: (030) 6 09 95 - 100
www.konicaminolta.de/business